

公共关系理论的 发展与变迁

张依依 著

EE Chang

A·P·G
安徽出版集团

安徽人民出版社

EVOLUTION OF PUBLIC RELATIONS THEORIES

公民关系理论的

发展与变迁

——兼论中国公民关系理论的发展

王 康

——王康文集第1卷

公共关系理论的发展与变迁

Gonggong Guanxi Lilun De
Fazhan Yu Bianqian

张依依 著

安徽人民出版社

策划编辑 李道平
责任编辑 李稚戎

责任校对 朱虹
装帧设计 杜亮

图书在版编目(CIP)数据

公共关系理论的发展与变迁/张依依著. —合肥:安徽人民出版社,2007.7
ISBN 978-7-212-03089-6

I.公... II.张... III.公共关系学—研究 IV.C912.3

中国版本图书馆CIP数据核字(2007)第123767号

公共关系理论的发展与变迁

张依依 著

出版发行:安徽人民出版社

地 址:合肥市政务文化新区圣泉路1118号出版传媒广场 邮编:230071

发 行 部:0551-3533258 0551-3533292(传真)

编 辑 部:0551-3533276

经 销:新华书店

制 版:合肥市中旭制版有限责任公司

印 刷:合肥瑞丰印务有限责任公司

开 本:880×1230 印张:10.75 字数:270千

版 次:2007年9月第1版 2007年9月第1次印刷

标准书号:ISBN 978-7-212-03089-6

定 价:23.00元

印 数:00001-3000

张依依

台湾大学中国文学系学士

美国奥克拉荷马大学新闻暨大众传播系公共关系组硕士

美国俄亥俄大学传播学院新闻系公共关系组博士

财团法人“公共关系基金会”创办人

现职

世新大学公共关系暨广告系、研究所副教授

中国（大陆）公共关系协会学术委员会委员

复旦大学国际公共关系研究中心研究员

经历

美国宽频上线公司公关总监

财团法人“公共关系基金会”执行长（三任）

公关杂志社社长、总编辑

世界新闻传播学院公共传播系主任

世界新闻专科学校公共关系科主任

《经济日报》《公关人语》、《大中华行销》专栏作家

《工商时报》《公关人》专栏作家

《中国时报》《公关人》专栏作家

相关著作

《新世纪营销——公关、趋势、行销》（联经）

《世纪老招牌》（商周）

（荣获2005年金鼎奖最佳社会科学出版品奖）

荣誉

2006年获“中国公关教育二十年杰出贡献个人奖”

谨以此书
献给我的父母

Evolution of
Public **Relations Theories**

自序

英国天才数学家 G. H. Hardy (1877—1947) 说过：“年轻人应该去证明定理，年纪大了则该多写点书。”

日本卡通片《机器猫》(《哆啦 A 梦》) 充满幻想，不晓得原作者有没有想过发明一种高速灌顶机，可以让人一下子变聪明，明白所有的道理？禅宗讲顿悟，也追求类似的东西，只要顿悟了，就可以证菩提。自从二十多年前赴美修习公共关系以来，读了多少书，摸索了多久，才能有今日对公关的一点点体会。如果我咬咬牙把它从头到尾清清楚楚写下，后学者就能在一瞬间吸收我的日月精华，可以省掉多少冤枉路，这算不算一种灌顶？虽然公共关系不是人生必修的学分，



但我相信想搞清楚它的人,还是不少。譬如人生,谁敢说他搞懂了人生?

坊间向来不缺公关概论课本,但有关公关理论的书,一向很少,尤其成于一人之手,以宏观视角将过去 32 年公共关系理论,依发展与变迁详细分析比较,再以明白晓畅的笔法写来的书,可谓绝无仅有。即使是英文,这样的书也不多。这一类书最能让读者受益,也最能让读者在短期内进入状况,只是要独立完成这样庞大的计划,需要发宏愿,也要有使命感,否则很容易中途放弃。

2003 年底,父亲仍健在,我正打算在次年到辽宁大学做交换教授,顺带整理多年来累积的一些文章,给联经出版。当时心里就有个想法,想出上、下两册套书讲公关。上册较简单,深入浅出,让人一读就知道公共关系是什么,以实务为主。至于下册,就要深入,以学术为主,但要有别于市面上充斥的公关概论,并且最好要让业界人士也觉得读来有用。会有这个构想,不外希望他人能透过我的心血,由浅入深,自习公关。即使是门外汉,也能快快登堂入室,一窥公关学术的奥堂。

由于当时系首次去大陆讲学,对自己如何能在短时间内,把公关教给对公关素无认识的学生,心中充满惶恐,所以想在短期内做一复习,把公关实务和学术,在对岸做宏观的介绍。于是我着手搜集资料,把自己当学生,从头阅读。2004 年年中,我人还在辽宁,联经出版了我计划中的上册《新世纪营销——公关、趋势、行销》,那里面有我参考数本国外书而写的近代公关史以及过去十年的心血。

返台之后,仍未中断阅读,总觉得有读不完的资料,不知何时才能开笔。到了 10 月,惊觉再不动笔,永远不能成事,于是奋而提笔。结果事情进行得很顺利,进度相当快,思路也清晰。那年底,原本不在计划中的《世纪老招牌》也在商周出版,一切都依计进行。但我心中隐隐觉得不妙,常做懊恼的梦,醒来说说不出的难受,也觉得父亲的



身体越来越不对劲。

多年来因忙于公关基金会会务和本系系务,后来又定居美国,使我少有机会陪伴父亲,为此深感愧疚,此际警觉父亲体力不再,却又开始一生少有的写作大计。犹记当时常边写边用英文默念:“爸,等等我。”心想等忙完了这件事,此心再无旁骛,一定要尽可能多陪父亲。岂知就在写第3章第11节时打电话给他,却发现事情不妙……半年多后,身体素来强健的父亲受尽折磨而逝。我顶着新冒的白发,觉得墙倾楫摧,五内俱焚。待强忍哀伤,从中断之处拾笔续写时,已是一年以后。再提笔的我,完全失去了之前的流利,思路蹇涩,脑袋空空。只有在绞尽脑汁时,能暂时忘却痛苦。

如今当初计划的下册终于出书,我如释重负,却不觉喜悦。只想有人对我如我写公关般,教我人生这堂课。虽然如此,还是对许多人充满感激。感谢世新图书馆的许雅琼小姐,在找资料上帮了大忙。也感谢研究助理封国晨,因为他的细心可靠,使我得以无后顾之忧做研究。还要感谢政大企管系的戴雯华小姐,为我担起所有政大借书事宜。也要感谢张家琪老师和胡光夏老师,他们都曾给我宝贵的意见。还有俄亥俄州大学的 Dr. Hugh Culbertson & Prof. Tom Hodges,在开始时帮我找资料。他们的言教身教,使我深深明白为人师的真谛。最后要感谢敦促我务必动笔写成的张京育校长和黄启方老师,他们都听过我无数倾诉,也曾在我惶惑时,给我临门一脚的勇气。还有就是要感谢许多在过去三年里体谅我不能出游、不能畅快聊天的朋友,他们都知道我为此息交绝游。最重要的,要感谢我的母亲,她是个真正爱书、爱文学艺术的人,我受她熏陶,从小就浸淫在一个充满艺文的环境,使我笔下有情。也许这所有的人与事,就是老天教给我的人生这堂课。

本书既是读本,又是研究,写之不易。诚如研究方法中所言,本书系由第3章开始写,等到3、4、5章写好后,才回过来写第1、2章和



第6章结语。如果读者对公关理论不甚了解(正因为这样才需要读本书),可以从第3章开始阅读,将有助进入状况。本书最后附录的五篇文字,采自《新世纪营销——公关、趋势、行销》一书,之所以把它们附在附录,是方便对公关毫无认识的读者在阅读本书前,先对公关有一个概略的了解,因此,凡有意阅读者,宜先从附录开始读起。

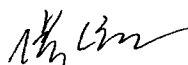
本书的图表有三种,第一种全盘沿用既有的图、表,这种图、表右下角均注明“资料来源”;第二种是修改或删增既有的图、表,这种图、表右下角均注明“资料改编自”;第三种图、表均为笔者自制,这种图、表右下角均无任何注记。

此外,本书可能会有几个字,现在的学生恐怕要查字典才明白,我本可改用较简单的常用字,但终于还是择善固执。如果大家都因为现代人不知道而少用,那么要不了多久,凡是有点深度的字就会消失,这也是我所不喜的事。所幸有文史背景的人写社会科学也有其好处,例如读者不可能在书里读到不中不西的中文,即使参考资料几乎全为英文,所讨论的也均属社会科学精深幽微的知识,却仍能提供读者思想之外阅读的乐趣,也算是本书功德一件。

最后,本书简体字版的发行,首先要感谢中国国际公关协会学术委员会副主任、安徽人民出版社的李道平先生,他对本书赞誉有加,并高效率大力促成出版。此外,国际公关协会副秘书长郭惠民、广州中山大学政务学院副院长廖为建、北京联合大学的李兴国教授以及广州方圆公关公司董事总经理谢景芬先生,都是多年好友,也都曾关心过本书的出版,在此亦附上感谢与致意。他们均为我一手创办的公关基金会在1997年大力举办的“海峡两岸公共关系学术暨实务研讨会”的座上嘉宾,同行的还有北京大学程曼丽教授、复旦大学纪华强教授、人民大学涂光晋教授、上海交通大学余明阳教授、前社科院主任闵大洪教授、前环球公关公司副总经理田烨等。那是海峡两岸公关界人士一场空前绝后的盛会,值得永久纪念。如果没有两岸公



关界人士的努力,公共关系就不会在今日开出璀璨的花朵。此外,台湾公关界前辈张在山教授、钟荣凯教授,尤其公关基金会张京育董事长,多年来对我称誉、照拂有加,也使我铭感于心。

 谨识

目 录

Contents

第 1 章 导论 / 001

- 第 1 节 何谓理论 / 003
- 第 2 节 早期公关研究的里程碑 / 010
- 第 3 节 历来公关理论与典范研究 / 012
- 第 4 节 综论本研究发现 / 025

第 2 章 研究方法与架构 / 034

- 第 1 节 何谓历史比较法 / 035
- 第 2 节 历史比较分析的特质 / 036
- 第 3 节 有关传播的历史研究 / 038
- 第 4 节 历史分析的写作目的 / 040
- 第 5 节 本书研究架构、流程与方法 / 041

第 3 章 第一个十年——说服的年代 / 049

(Persuasion, 1975—1985)

- 第 1 节 资讯运动及其起源 / 050
- 第 2 节 McGuire 的说服矩阵 / 052
- 第 3 节 对说服矩阵的质疑与补充 / 057
- 第 4 节 健康传播成功范例 / 061
- 第 5 节 注意力转移到受众上 / 063
- 第 6 节 Grunig 的情境理论 / 064
- 第 7 节 Rogers 的创新传布 / 069
- 第 8 节 Petty 和 Cacioppo 的 ELM / 071
- 第 9 节 McQuail 的传播运动模式 / 073
- 第 10 节 共向模式 / 074
- 第 11 节 消息来源 vs. 新闻人员 / 078
- 第 12 节 议题建构理论 / 083
- 第 13 节 公关角色理论 / 087

第 4 章 第二个十年 ——管理的年代 / 093

(Management, 1986—1995)

- 第 1 节 生态学与公共关系 / 093
- 第 2 节 系统论 / 095
- 第 3 节 从公关定义看系统论 / 099
- 第 4 节 Grunig 的公关四模式 / 100
- 第 5 节 优异公共关系 / 104
- 第 6 节 优异公关新双向模式 / 108
- 第 7 节 博弈理论 / 110
- 第 8 节 冲突管理 / 113
- 第 9 节 议题管理 / 119
- 第 10 节 风险沟通 / 125

- 第 11 节 危机 / 131
 - 第 12 节 危机管理 / 136
 - 第 13 节 从语艺取径看危机沟通 / 151
 - 第 14 节 行销公关 / 整合行销传播 / 161
-

第 5 章 第三个十年——关系/ 语艺的年代 / 176

(Relationship/Rhetoric, 1996—2006)

- 第 1 节 关系理论 / 176
 - 第 2 节 本土关系研究 / 184
 - 第 3 节 语艺 / 批判学派怎么看公关 / 189
 - 第 4 节 批判的理论基础 / 199
 - 第 5 节 框架理论 / 216
-

第 6 章 结语 / 228

- 附录 1 利己利人的胡雪岩因何败落 / 231
——兼论公共关系的源起
 - 附录 2 近代公关发展历程 / 239
 - 附录 3 公关大师 Edward Bernays 速写 / 248
 - 附录 4 简单说“公关” / 252
 - 附录 5 五十年前老上海的三次公关活动 / 266
-

中文参考文献 / 278

英文参考文献 / 280

第1章

导 论

公共关系从发展到现在,约有一百多年的历史,但直到现在,仍有人认为公共关系没有理论,或者说没有自己的理论。是耶?非耶?坊间有不少公关书籍,但多以实用为主,即便是公关课本,也少谈理论,而多谈公关概论。虽然有一些中文书谈及公关理论及其应用,但多半不是完整地介绍公关理论。时势推移,许多新的理论发展成气候,海峡两岸高等教育也大量增加研究生的数目,不仅为了教学,就算是为了写论文,一本有系统分析比较公关理论的中文专著,实有其必要。但要写这样一本书谈何容易!即使国外这几年出了一些与公关



理论有关的著作,也多半是一人写一篇(或数人合写一篇)集结而成,或只就理论中某一部分,如只与语艺/批判相关的部分,集结成一本书。若要写全套公关理论,又要成于一人之手,有统一的调性、标准与文字,又不偏重某一时期或某一理论,实在不是件容易的事。更何况公关理论来自各学科,从来没有人“钦定”哪些理论属于公关理论,哪些理论不属于公关理论。后期公关学科自身虽然发展出一些鲜明的、属于自己的理论,但市面上仍缺乏一本集公关理论大成的书,这也造成教授公关专业的老师与学生莫大的困扰,相信即便是实务界人士,亦可能有这样的困扰。

2000年以来,广告效益明显下降,即便是整合行销传播论者,也高举公关的大纛,而行销/品牌大师如 Philip Kotler,也认为公关是塑造品牌最有效的技巧以及留住顾客最好的方法。各界对公关的要求越来越殷切,而公关理论专著却仍不多见,且成书亦难。

首先,哪些理论是公认的公关理论,恐怕各界就有不同的意见,何况许多公关理论,确实源于其他学科,或与其他学科重叠,尤其在早期,更是如此。因此,要有系统地介绍公关理论,首先要注意的,就是理论的选取;所有的理论,必须信而有征,确实是公关学科常用或验证过的理论。

其次,这所有公关理论的排比,要使初学者或刚入门者读后能一窥全豹,并且立即见树又见林,脑海里从此有地图(map),并不是件易事。事实上,即使是教授公关的老师,也仍可能有人在想到公关理论时,脑子里只有模糊的概念。之所以会这样,仍得归因于鸟瞰公关理论中、英文相关书籍的匮乏。虽然如前所述,英文相关书籍近年来颇有几本,但并不见得系以鸟瞰的宏观视野成书,并且这些书读来颇为吃力,光与英文奋战,就要耗掉许多时光,如果想要在短期内得其精髓,窥其堂奥,并找到适合自己所探讨题目的理论,谈何容易。

第三,要写这样一部集大成的公关理论书,对作者本身,就是极